

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Corporate Communications merupakan salah satu peranan penting terutama dalam bidang industri perhotelan. Hal ini dikarenakan *Corporate Communications* merupakan kegiatan yang termasuk dalam pengelolaan dan pengaturan segala komunikasi *internal* dan *eksternal* yang ditujukan untuk menciptakan titik awal yang menguntungkan dengan para pemilik kepentingan.

Industri perhotelan merupakan industri yang berkaitan dengan industri pariwisata, dan saat ini pertumbuhan industri pariwisata sedang berkembang sangat pesat. Hal ini dikarenakan banyaknya wisatawan asing maupun nusantara yang berkunjung ke wilayah-wilayah yang ada di Indonesia. Didukung oleh data yang dicatat oleh Badan Pusat Statistik atau (BPS) www.bps.go.id, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada bulan Februari 2019 ini naik 6,12 persen dibanding jumlah kunjungan pada Februari 2018 (bps.go.id, 2019).

Selain wisatawan asing, salah satu yang mendukung industri pariwisata dapat berkembang ialah adanya industri perhotelan. Semakin meningkatnya wisatawan asing maka industri perhotelan semakin banyak dibutuhkan. Terutama di wilayah yang banyak akan wisatawanannya seperti Bali, Malang, Yogyakarta, dan Jakarta. Sebagai industri perhotelan maka yang sangat dibutuhkan dan diutamakan ialah mengenai servis yang baik serta penawaran yang menarik di dalam hotel.

Parador Hotels & Resorts merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri modern Hospitality, didirikan pada tahun 2012 yang merupakan divisi dari *Paramount Enterprise*. Adapun hotel-hotel yang dikelola oleh *Parador Hotels & Resorts* ialah Vega Hotel, Atria Hotels, Ara Hotel, Fame

Hotels, dan Starlet hotels yang tersebar di beberapa wilayah Indonesia seperti Malang, Magelang, Bali, Jayapura, Jakarta, dan Tangerang.

Dalam industri perhotelan sendiri, *Corporate communications* sangat diperlukan untuk dapat membangun relasi kepada publik agar tercipta informasi yang tepat. Hal tersebut diperkuat oleh definisi dari *Corporate communication* menurut Riel & Fombrun dalam buku *Corporate Communication A Guide to Theory and Practice*, (2007) bahwa *Corporate Communication* merupakan himpunan kegiatan yang terlibat dalam mengelola dan mendalangi semua komunikasi internal dan eksternal yang bertujuan untuk menciptakan titik awal menguntungkan dengan para pemangku kepentingan pada perusahaan yang tergantung.

Maka dari itu penulis tertarik praktik kerja lapangan di *Parador Hotels & Resorts* yang merupakan *management* hotel dari 5 *Brand* hotel yang memiliki banyak pelanggan loyal. Selain itu, banyak keuntungan yang diperoleh penulis ketika melakukan kerja magang di perusahaan *management* hotel di bidang *Corporate Communications* terutama mengenai *loyalty program* dan *media social specialist*.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari dilakukannya program kerja magang ini adalah untuk bisa memahami serta melihat dunia kerja secara langsung kemudian dikaitkan dengan teori-teori yang telah dipelajari oleh penulis selama mengikuti perkuliahan *strategic communications* di Universitas Multimedia Nusantara . Selain itu, penulis juga ingin mengetahui lebih dalam mengenai dunia kerja pada bagian *Corporate Communications* yang diterapkan pada *Parador Hotels & Resorts*.

Tujuan dari Kerja Magang .:

1. Untuk mengetahui peran dan aktivitas kerja *Corporate Communications* di industri perhotelan.

2. Untuk meningkatkan kedisiplinan melalui pemahaman tentang budaya kerja profesional di Parador Hotels & Resorts melalui kerjasama, ketepatan waktu dan tanggung jawab.
3. Untuk meningkatkan kompetensi terutama dalam *Customer Relationship Management* (CRM) , *Media monitoring* dan juga penulisan konten sosial media.

1.3 Waktu Dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Waktu

Kegiatan pelaksanaan praktik kerja magang ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

Periode kerja magang : 1 Juli 2019 - 1 Desember 2019

Jam kerja magang : 08.30 – 17.30

Hari kerja magang : Senin, Selasa, Kamis, dan Jumat

Tempat kerja magang : Parador Hotels & Resorts

Penempatan : *Marketing Communications* sebagai *Loyalty and Partnership Coordinator* dan *Social Media Monitoring*

Selain melakukan praktik kerja lapangan, penulis mendapatkan izin untuk mengikuti kelas reguler yaitu perkuliahan business to business dan seminar proposal setiap hari rabu.

B. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis melalui berbagai tahap persiapan. Pertama, penulis mendapatkan pembekalan kerja magang dari Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Penulis juga mendapatkan beberapa referensi perusahaan dari pihak kampus melalui *Career Development*. Kedua, Penulis membuat *Curriculum Vitae* (CV) untuk mengajukan kerja magang melalui email dan mengirimkannya ke beberapa perusahaan salah satunya di *Parador Hotels & Resorts*.

Setelah itu, penulis mendapatkan balasan email pada tanggal 27 Juni 2019 untuk melakukan *interview* dengan Tiffany Siantono selaku *Corporate Marcom Executive* dan Panca Aditama selaku *Corporate Design Graphic* di Parador Hotels & Resorts. Pertanyaan yang diajukan berkaitan tentang diri penulis dan pihak dari Parador Hotels & Resorts juga menjelaskan gambaran umum mengenai *jobdesk* apa saja yang akan dilakukan penulis selama proses kerja magang.

Setelah melakukan *interview*, penulis dinyatakan diterima untuk melakukan kerja magang di *Parador Hotels & Resorts* Gading Serpong. Setelah itu penulis menyerahkan surat penerimaan kerja magang kepada Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UMN untuk mendapatkan formulir kerja magang atau KM-01.

Setelah KM-01 diterima penulis mengambil KM-02 yang merupakan surat pengantar dari Universitas Multimedia Nusantara untuk diserahkan ke perusahaan dan penulis juga menyertakan pemberian surat keterangan dari perusahaan kepada pihak BAAK untuk mendapatkan KM-03 sampai KM-07.

Setelah mendapatkan semua KM, penulis melakukan bimbingan laporan kerja magang dengan dosen pembimbing Dr.Rismi Juliadi,S.T., M.Si.yang sudah ditetapkan oleh Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.